

## BUSINESS LEADER : SOUS-TEST 2

### SOUS-TEST 2 : 16 – 30 questions :

**Durée conseillée : 30 minutes**  
**15 questions**

Créée en 1966, ORPI est un réseau immobilier organisé en coopérative. Son nom signifie « Organisation Régionale des Professionnels de l'immobilier ». L'entreprise compte aujourd'hui 1200 points de vente en France métropolitaine et Outre-mer.

Vous êtes la première femme élue à la tête du réseau ORPI Auvergne Rhône-Alpes, comptant 144 agences dans la région. Vous animez les réunions de Directeurs d'agences dans la région, assurez le suivi des agences et pilotez l'activité des consultants de la région.

**Question 16.** Quelle est, en pourcentage, la proportion du nombre d'agences en Auvergne Rhône-Alpes par rapport au nombre total de point de vente ORPI ?

- A) 11%
- B) 12%
- C) 13%
- D) 14%

**Question 17.** Au 1<sup>er</sup> janvier 2017, la région Auvergne Rhône-Alpes compte 6 583 680 habitants. Combien compte-t-on, en moyenne, d'habitants par agence ?

- A) 44 136 habitants
- B) 44 653 habitants
- C) 45 720 habitants
- D) 45 992 habitants

**Question 18.** L'un des vos collaborateurs affirme que les deux plus grands réseaux d'agences ORPI se trouvent en Alsace et en Bretagne. Cette affirmation est fausse.

Que peut-on affirmer avec certitude ?

- A) Le plus grand réseau d'agences ORPI ne se trouve ni en Alsace ni en Bretagne.
- B) Le plus grand réseau d'agences ORPI se trouve en Alsace ou en Bretagne.
- C) La Bretagne et l'Alsace ne font partie des deux plus grands réseaux d'agences ORPI.
- D) La Bretagne ou l'Alsace ne fait partie des deux plus grands réseaux d'agences ORPI.

**Question 19.** Parmi les 5 plus grands réseaux régionaux, celui d'Auvergne Rhône-Alpes n'est pas le plus grand ni le plus petit. Celui d'Ile-de-France est plus grand que celui des Pays de La Loire, lui-même plus petit que celui de Normandie. Le réseau régional de Corse est plus petit que celui des Pays de La Loire. Enfin, le réseau Normandie est le troisième plus important.

Que peut-on en déduire avec certitude ?

- A) Le réseau Auvergne-Rhône-Alpes est le deuxième plus important réseau régional.
- B) Le réseau Pays de La Loire est le deuxième plus important réseau régional.
- C) Le réseau Ile-de-France n'est pas le plus important des réseaux régionaux.
- D) Le réseau Corse n'est pas le cinquième plus important réseau régional.

**Question 20.** Parmi les responsables régionaux de l'entreprise, vous affirmez avoir autant de collaborateurs que de collaboratrices. L'un d'entre eux déclare avoir deux fois plus de collaboratrices que de collaborateurs. Combien de responsables constituent le comité régional d'ORPI ?

- A) 7
- B) 8
- C) 9
- D) 10

Parallèlement à vos responsabilités au sein d'ORPI Auvergne Rhône-Alpes, vous êtes la directrice d'une agence ORPI à Ecully, ville de cette région.

**Question 21.** Les clients de votre agence se plaignent du temps passé à la signature des formalités administratives liées à la location d'un bien. Ainsi, un client passe en moyenne 20 minutes dans votre agence dans le cadre d'une location.

Ce mois-ci, la venue d'un cinquième des clients concernait l'achat d'un bien immobilier.

Sachant que le temps moyen passé par cette catégorie de clients est de 50 minutes, combien de temps passe en moyenne un client dans votre agence ?

- A) 26 minutes
- B) 35 minutes
- C) 39 minutes
- D) 42 minutes

Pour améliorer les conditions d'achat ou de location des clients, ORPI propose désormais la signature électronique dans ces agences : ce service permet de faciliter les démarches du visiteur en lui permettant de signer tous les documents nécessaires depuis son domicile.

**Question 22.** En un mois, le temps moyen lié à la signature des formalités locatives est passé de 20 minutes à 0,1 heure. De combien, en pourcentage, ce temps a-t-il diminué ?

- A) 70%
- B) 60%
- C) 50%
- D) 40%

**Question 23.** Pour connaître l'impact de cette innovation sur *l'expérience utilisateur*, vous décidez d'interroger Alain, l'un des clients présents en agence. À la question « Que pensez-vous du service de signature électronique ? » ce dernier répond « si le service me plaît alors il plaît également à l'ensemble des clients. De même, s'il plaît à l'ensemble des clients, alors il me plaît également ».

Que peut-on déduire de la réponse apportée par Alain ?

- A) Alain ainsi que l'ensemble des clients apprécient le nouveau service.
- B) Alain ainsi que l'ensemble des clients ne sont pas pleinement satisfaits du service.
- C) Alain et l'ensemble clients sont soit tous satisfaits soit tous déçus par le nouveau service.
- D) Il n'est pas possible qu'Alain soit déçu par le nouveau service.

**Question 24.** Selon un récent sondage, tous les clients de votre agence sont satisfaits du nouveau service de signature numérique.

Sachant que tous ces clients habitent à Ecully, que peut-on en déduire ?

- A) La plupart des individus satisfaits du service de signature électronique habitent à Ecully.
- B) Certains habitants d'Ecully sont satisfaits du service de signature électronique.
- C) Tous les habitants d'Ecully sont satisfaits du service de signature électronique.
- D) Tous les individus satisfaits du service de signature électronique habitent à Ecully.

**Question 25.** Que laisse sous-entendre la conclusion suivante : « Bien qu'une corrélation existe entre l'expérience client et l'apport de solutions digitales, il y a une partie des succès des entreprises qui ne s'expliquent pas par la digitalisation de certaines pratiques ».

- A) Les cabinets de conseil spécialisés dans la transformation digitale ne sont pas influents sur le marché.
- B) Diminuer le coût lié à la digitalisation des entreprises permettra d'augmenter la qualité de l'expérience client, et donc de succès.
- C) Le fait d'apporter des solutions digitales n'est pas la cause du succès des entreprises.
- D) Le lien n'est pas si évident entre succès et solutions digitales, si l'on regarde l'ensemble des entreprises.

**La mise en situation professionnelle concernait le virage numérique pris par une entreprise évoluant dans un secteur traditionnel.**

**Les questions qui suivent mesurent votre aptitude à comprendre et à interpréter un article traitant du même sujet.**

**L'article suivant est paru le 19 décembre 2016, dans le magazine français *Les Echos*.**

De l'hôtellerie aux transports, le monde des services connaît des mutations rapides. Le secteur immobilier ne veut pas être en reste. Orpi, le premier réseau français avec 1.200 agences, a donc décidé de révolutionner sa stratégie digitale. A une période où une remise en question n'était pourtant pas vitale, les transactions en France connaissant des hausses et la part de marché des professionnels étant plutôt en progression.

Alors qu'il fête ses cinquante ans, Orpi opère une refonte complète de son site Internet. « *Les Français réclament de la transparence, de la liberté et de la souplesse. Ils veulent notamment des propositions à la carte. Il est nécessaire de leur apporter plus de services* », indique Stéphane Moquet, délégué général aux relations et à la communication d'Orpi. Le réseau veut s'adresser aussi bien à des gens ne souhaitant pas s'engager qu'à ceux attendant un suivi de bout en bout.

La coopérative, dont le chiffre d'affaires a atteint 350 millions d'euros en 2015, accepte de fournir au public bien plus d'éléments qu'avant.

**Consigne relative aux questions 26, 28 et 29 : complétez les phrases suivantes en respectant la syntaxe et la cohérence textuelle.**

**Question 26.**

« *Il s'agit de faciliter l'expérience du client pour entrer dans son quotidien et (...) l'attachement à Orpi* », souligne Vincent Saccomanno, directeur général de Dagobert, l'agence de communication digitale qui a orchestré le projet.

- A) encourager suffisamment
- B) augmenter malgré tout
- C) promouvoir également
- D) renforcer ainsi

**Question 27.** Quel est l'objectif de l'oxymore soulignée ci-dessous ?

Le nouveau site propose la géolocalisation précise des biens. Une petite révolution dans un univers jaloux des informations qu'il détient et une manière de se démarquer par rapport à la concurrence.

- A) Faire une répétition pouvant créer une harmonie imitative.
- B) Évoquer un sujet après avoir annoncé que l'on ne va pas en parler.
- C) Décrire une situation de manière inattendue et évoquer une nouvelle réalité.
- D) Produire un effet de raccourci, de concision.

**Question 28.**

Une estimation gratuite de la valeur d'un bien est aussi proposée sur le site. Un service qui, auparavant, (...). En échange, le particulier fournit quand même son adresse mail, ce qui noue un premier contact.

- A) n'était d'aucune utilité.
- B) se faisait en ligne.
- C) n'existait pas ou peu.
- D) passait par une visite à l'agence.

**Question 29.**

Autre nouveauté, (...) permettra de répondre dans des créneaux hors des horaires d'ouverture des agences.

- A) un protocole communicant
- B) une messagerie instantanée
- C) un logiciel client
- D) un réseau informatique

**Question 30.** Parmi les titres suivants, lequel conviendrait le mieux à cet extrait ?

A) Les agences immobilières se digitalisent.

B) Orpi revisite la relation entre particuliers et agences immobilières.

C) Orpi : réelle avancée ou fausse bonne idée

D) Vers une digitalisation du secteur immobilier ?